

## ***Продвижение книги и чтения в библиотеке: Опыт и новации***

### ***(Методические рекомендации)***

#### **1. «Современные практики продвижения чтения».**

Мы с вами как специалисты в области чтения не можем не замечать: основная тенденция последних лет – утрата чтением его исключительной роли в жизни общества, потеря статуса престижного занятия. Распространение электронных средств массовых коммуникаций и урбанизация общества повлекли за собой процесс отхода от книг: взрослые теряют навыки чтения, а дети не приобретают их. Сложившаяся ситуация характеризуется специалистами как «кризис чтения».

Основная цель библиотек сегодня – максимальное приближение своей содержательной и организационной деятельности к реальным потребностям пользователей. В муниципальных библиотеках это, в основном, деловое чтение. На селе преобладают досугово-развлекательные формы. Библиотеки, выполняя общесистемные задачи, активно участвуют в формировании единого информационного и культурного пространства местного сообщества. На это должны быть нацелены все проводимые мероприятия. Библиотекам необходимо инициировать создание новых совместных взаимовыгодных проектов со своими партнерами, организуя рекламу своих мероприятий и услуг (афиши, буклеты, закладки).

Необходимо отдать предпочтение презентационным, интерактивным, мультимедийным формам информационно-просветительского и культурно-досугового направления.

Информационно-коммуникационные технологии, мультимедиа и театрализация помогают сделать книгу привлекательной и актуальной в глазах местного сообщества, и особенно молодёжи, зачастую воспринимающей печатный аналог как устаревший формат.

Никто уже не сомневается в том, что развитие компьютерных технологий дает возможность библиотеке быть конкурентоспособной на рынке информационных услуг. Интерактивные, диалоговые формы более действенны, и объясняется это просто – увиденное и услышанное человек запоминает на 50-60 %, а то, в чём он принимал участие – на 90 %.

Взаимодействие с пользователем еще до его прихода в библиотеку, возможность потенциального читателя узнать немного больше о вашей работе – вот плюсы «выездных» акций, мероприятий вне стен библиотеки.

Какие существуют интерактивные формы привлечения читателей в библиотеку?

#### **Интерактивные, диалоговые, мобильные формы работы:**

*1. Проведение акций: «Как пройти в библиотеку», «С книгой – в будущее», «Подарите книгу детям», «Признание в любви любимому писателю», «Вы еще не читаете – тогда мы идем к вам!», «Запиши в библиотеку друга», «Давайте читать вместе!», «10 дней вокруг книги».*

При разработке любой рекламной акции важно уделить особое внимание разработке слогана. **Слоган** – рекламный лозунг или девиз, содержащий сжатую, легко воспринимаемую, эффектную формулировку рекламной идеи. Он придает эмоциональный смысл всей рекламной кампании. Например:

- «Пришёл. Увидел. Прочитал!»;
- «Иди по жизни с книгой!»;
- «Успешные люди много читают!»;
- «Заходите! Смотрите! ЧИТАЙТЕ!»;
- «Человек читающий – человек успешный!»;
- «Создай свое будущее – читай!»;
- «Читать – это здорово!»;
- «Быть читателем стремись – в библиотеку запишись!»;
- «Читай всегда, читай везде!» и т. д.

2. *Фестивали*: «Весь мир – библиотека!», «Читающий край»;

3. *Различные конкурсы – творческих работ* «С книгой по жизни», виртуальной рекламы «Читаем с умом», конкурс читательских пристрастий «Лидер чтения года», «Твой выбор, читатель!», креатив-конкурс «Молодое лицо читающей страны», фотоконкурс «Фотография с любимой книгой».

- Дни открытых дверей – «Библиотека – это здорово!..», «Библиотека знакомая и незнакомая», «Для вас открыты наши двери и сердца!», «Да что может быть прекраснее, чем наша библиотека?!»;
- культурно-досуговые программы – «Воскресенье в библиотеке», «Библиотечная продленка»;
- литературные брейн-ринги – «В кругу любимых книг», «Писатели нашего детства».

#### **Комплексные формы продвижения книги и чтения:**

- «Дни читательских удовольствий», «Дни с писателем», «Дни литературного гурмана», «Нескучная классика», «Дни читателя»;
- Бенефисы читателя – успешно зарекомендовавшая себя форма;
- **библиопикник** на природе «И нет лучше чудес, чем наш лес!» - где ребята вспоминали стихи о природе, о своем селе, приметы осени, собирали природный материал, отгадывали загадки, пели и играли;

**Популярными формами в последние годы стали молодежные уличные флешмобы:** «Любимая книга», «Минута чтения», «Как пройти в библиотеку?», «Открой свою книгу». Преимущество таких акций – в массовости, быстроте и красочности.

**Все перечисленные формы работы можно организовать по датам, например:**

18-25 мая – ПРОЩЁНАЯ НЕДЕЛЯ. Акция «амнистия» для читателей, не сдавших библиотечные книги вовремя;

19 мая – ТВОРЦЫ ПРЕКРАСНОГО. Проведение выставки-продажи изделий и сувениров, сделанных руками читателей и библиотекарей;

21-27 мая – НЕДЕЛЯ ОТКРЫТЫХ ДВЕРЕЙ. Организация экскурсии по всем отделам библиотеки;

21-25 мая – ИМЯ НА КНИГЕ. Благотворительная акция дарения книг в фонд библиотеки (с автографом дарителя);

22 мая – КНИГА – ЛУЧШИЙ ПОДАРОК! Презентация выставки «Книги, подаренные читателями»;

23 мая – ГАЛЕРЕЯ НАШИХ ЧИТАТЕЛЕЙ. Выставка-бенефис победителей конкурса «Читатель года». Под фотографией читателя приведена его краткая читательская биография, а на нижних этажах стеллажа представлены книги из формуляров победителей;

24 мая – КНИЖНЫЙ КИОСК. Выставка-продажа книг и другой печатной продукции;

24 мая – СВЕТ РАЗУМЕНИЯ КНИЖНОГО. Библиотечный марафон мероприятий ко Дню славянской письменности и культуры. Цель: провести интеллектуальную пиар-акцию и показать возможности библиотек в проведении крупномасштабных мероприятий как культурно-информационных центров. Привлечь внимание населения к книге, чтению, языку. В последнее время мы очень много говорим о развитии языка под влиянием времени, о засилье жаргона и словсорняков, о проникновении в русский язык иностранных слов, порой совсем неоправданном, о церковно-славянском языке как хранилище русской духовности, о реформах языка и их результатах, о мелодичности и красоте правильной родной речи. Библиотека может заявить о себе как об интеллектуальном центре. Например, организовать акцию «БИБЛИОТЕКА – ТЕРРИТОРИЯ УСПЕХА». Собрать руководителей района, спонсоров, представителей прессы. Подготовить компьютерную презентацию о достижениях библиотеки.

**Продвижение книги и чтения в местах отдыха** – «Литературная беседка в парке», «Читающий бульвар», «Книжная аллея», «Читай-дворик», литературные чтения «На ступеньках», «Летний читальный зал под открытым небом», «С книжкой на скамейке», «Книга в дорогу!», «Читаем без остановки», «Читающий маршрут», «Литературный автобус» и др.

Яркие инновационные формы работы по продвижению книги привлекают молодежь. Поэтому специалисты библиотек в своей работе ищут новое, творчески подходят к проведению мероприятий для подрастающего поколения. **В библиотеках для юношества можно проводить:**

поэтические ринги, литературные дилижансы, досье, Дни новой книги, Дни литературных игр, Дни книг-именинников, книжное дефиле, литературные салоны, поэтические качели и т. д.

Продвигая книгу и чтение, библиотекари области находятся в постоянном поиске, изучают мнение читателей о литературе, выявляют их пристрастия и оценки, проводят опросы.

Например, можно провести **блиц-опросы**: «Десять книг, которые потрясли Вас», «Какую роль играет чтение в Вашей жизни?», «В моей семье читают», «Культура, чтение, библиотека глазами молодежи», «Библиотека моей мечты», «Ты и твоя библиотека», «Книга, чтение, библиотека в Вашей жизни».

Муниципальным библиотекам Тульской области мы предлагаем проведение цикла мероприятий с использованием интерактивных форм работы. Например, по теме **«Мир русской классики 19 века»** рекомендуем провести уроки:

- «Пушкин в зеркале двух столетий»;
- «Образ Петербурга в романе Достоевского «Преступление и наказание»;
- «Война в романе Л.Н.Толстого «Война и мир» и др.

Или:

- медиакурсы: «Вошебная палитра искусства», «Мир древнерусской иконописи»;
- страноведческий курс «Мир моих открытий»: (Япония, Таиланд, Израиль, США, Франция, Норвегия и др.);
- «Виртуальные экскурсии по музеям мира» и т.д.

По истории, мировой художественной культуре, праву, экологии организовывать отдельные **тематические уроки**. Например: «Песни, фотографии и плакаты периода Великой Отечественной войны», «Художественная культура России Серебряного века», «Художник Васнецов: сказочно-былинные сюжеты», «Государственные символы России», урок-обозрение «Итоги 2-й мировой войны в лабиринте взглядов» и многие другие.

**Создание интерактивных выставок**

Появление и распространение разнообразных по форме и тематике интерактивных выставок объяснимо стремлением библиотек найти своё место в обществе.

Интерактивная выставка в библиотеке призвана не только обеспечить обратную связь между читателем и библиотекарем, но и организовать живое общение между посетителями выставки, призвать их к обсуждению поставленной проблемы. Много можно достигнуть, просто став интересными для своих читателей. Современная работа по продвижению книги и чтения вдохновила библиотеки на поиск новых форм воздействия на реального и потенциального читателя, но библиотекари продолжают высоко оценивать возможности библиотечных выставок. Грамотная, яркая, оригинальная выставка помогает привлечь внимание читателя, служит рекламой не только конкретных книг, но и библиотеки в целом. Потенциал традиционной тематической выставки по-прежнему высок. Теория и практика выставочной деятельности активно развивается. Периодически возникает необходимость в классификации библиотечных выставок. Можно предложить следующую типологию интерактивных библиотечных выставок:

- ❖ *Игровые выставки.*
- ❖ *Диалоговые выставки.*
- ❖ *Выставки, подготовленные при участии читателей.*
- ❖ *Выставки-исследования.*

Следует отметить, что в чистом виде библиотечных интерактивных выставок проводится относительно немного, однако отдельные элементы интерактивности могут быть использованы библиотеками в комплексных выставочных проектах. Мы предлагаем, вам познакомиться с каждой из форм интерактивных выставок на конкретных примерах. *Игровые выставки.* Отличительная особенность подобных выставок состоит в наличии познавательно-игрового момента. Читателю предлагается не только ознакомиться с представленными документами, но и выполнить некоторые задания. Особенно часто выставки-игры используются в работе с молодежью. Среди форм выставок-игр наиболее часто встречаются:

- *выставка-викторина;*
- *выставка-кроссворд;*
- *выставка-чайнворд;*
- *выставка-загадка;*
- *выставка-провокация;*
- *выставка-конкурс.*

*Выставка-викторина.* Данный вид выставок получил в библиотеках наиболее широкое распространение. Выставка-викторина предполагает наличие ряда вопросов, ответить на которые можно, обратившись к книгам, представленным на выставке. Ответы на вопросы можно дать как в устной, так и в письменной форме. Существует два варианта проведения викторины: в процессе демонстрации выставки (вопросы и задания размещаются

непосредственно на выставочном пространстве) и по завершению работы выставки (как итог ознакомления с представленными материалами). Чаще встречается второй вариант.

Выставка-кроссворд и её вариант выставка-чайнворд. Особенностью данной выставки является размещение на выставочном пространстве кроссворда или чайнворда, решить которые можно обратившись к представленным на выставке книгам. Кроссворд может быть представлен на отдельном большом плакате, на небольших листках, которые читатели могут забрать с собой, а также на одном из выставочных экспонатов. Форма кроссворда зависит от темы выставки. Например, выставка-кроссворд «Мир загадок и чудес», можно представить пирамиду-кроссворд «Раскрой загадки пирамиды».

Выставка-загадка. Вариантов организации таких выставок может быть несколько, главная её особенность — наличие загадки, которую посетителям предлагается отгадать. Загадки могут быть использованы в качестве названия выставки и/или её разделов. Можно оформить загадки в виде конкурсных вопросов и заданий. Загадка может присутствовать в самой тематике выставки. Загадать можно какой-либо признак, представленный в содержании или форме выставочных экспонатов. В этом случае от читателя требуется ознакомиться с представленными материалами и найти этот признак. Пример: в рамках выставочного проекта «Разведчики и шпионы», читателям можно предложить разгадать шпионскую шифровку по одной из книг. К одному из видов выставок-загадок можно отнести выставку-провокацию, при оформлении которой сознательно допускаются одна или несколько ошибок (например, на ней размещаются книги или дополнительные экспонаты, не соответствующие заявленной теме). Читателю предоставляется возможность обнаружить ошибки и заявить об этом организаторам.

С большой долей условности к игровым формам интерактивных выставок может быть отнесена выставка-конкурс. На таких выставках могут быть представлены творческие работы читателей: отзывы, рецензии, эссе, поделки, фотографии и т. д. Возможно размещение работ во время проведения конкурса. Посетители выставки могут оценивать представленные работы и выбирать победителей. Возможен вариант оформления выставки лучших работ по итогам конкурса, но в этом случае степень её интерактивности снижается.

❖ Диалоговые выставки. Их особенность заключается в создании условий для обмена мнениями между библиотекарем и читателем, а также между читателями. Зачастую подобные выставки сопровождаются мероприятиями, в ходе которых читатели могут обсудить заявленные проблемы. Как правило, их тематика носит дискуссионный характер. Возможно также размещение на выставочном пространстве листов, тетрадей, в некоторых случаях закрытых ящичков для записок, чтобы читатели могли высказать свое мнение. Подбор материалов для диалоговых выставок может представлять различные точки зрения по рассматриваемой теме и провоцировать посетителя на

размышление и осмысление. Например, в ходе организованной интерактивной выставки «Маршрут безопасности», затрагивающей вопрос наркомании, сами читатели определяли круг обсуждаемых проблем и предлагали способы их решения. При проведении диалоговых выставок библиотеки используют следующие варианты:

- *выставка-размышление;*
- *выставка-предостережение;*
- *выставка «вопрос-ответ»;*
- *выставка-отзыв;*
- *выставка-обсуждение;*
- *выставка-диспут;*
- *выставка-дискуссия;*
- *выставка-полемика.*

*Выставка-размышление.* Тему такой выставки раскрывают не только представленные на ней книги и статьи, но и читательские размышления. Сбор листков с читательскими размышлениями может продолжаться в период проведения выставки. Пример выставки-размышления — выставка «Поколение». На ней экспонировались книги о детстве великих людей: музыкантов, поэтов, учёных. Попутно организаторы пытались выяснить, каковы мечты и чаяния молодежи. Выставка-диалог «А у нас в молодёжном уезде...», подготовленная для молодёжи предполагает ответы посетителей на целый ряд вопросов, касающихся их отношения к проблемам подростков.

*Выставка-предостережение.* Тематика таких выставок обращена к наиболее острым вопросам. Их цель — показать читателю возможные последствия негативных явлений (наркомания, загрязнение окружающей среды, утрата культурных и нравственных ценностей и т. д.) и помочь ему чётко определить свою позицию в отношении этих явлений. Например, выставки-предостережения, посвящённые проблеме небрежного отношения к книге. На них выставляются издания, испорченные читателями: испачканные, порванные, с отсутствующими страницами. На стенде вывешиваются чистые листы, на которых посетители могут выразить своё отношение к прочитанному, поразмышлять о роли книг, осудить неаккуратное обращение с ними.

*Выставка «вопрос-ответ»* является своего рода заочным выполнением тематических запросов читателей и библиографических справок. Как правило, устанавливается ящик или коробка, в которую читатель опускает листок с интересующим его вопросом. Через какое-то время на стеллажах появляются книги и статьи, содержащие ответы на вопросы читателей. Такая выставка может оказаться удобной при общении с читателями-интровертами или же с теми, кто нуждается в конкретной информации, но не может чётко сформулировать запрос.

*Выставка-отзыв* представляет наряду с книгами читательские отзывы на них. Таким образом, осуществляется рекомендация читателями друг другу интересных, с их точки зрения, книг. Можно

размещать на таких выставках положительный и отрицательный отзыв на одну и ту же книгу. Содержание выставки-отзыва может быть универсальным, а может определяться темой или жанром. Возможна организация выставки отзывов на книги одного автора или даже на одно произведение. Пример универсальной выставки-отзыва — выставка «Парад читательских пристрастий», организованная по итогам конкурса рецензий школьников на прочитанные книги.

Выставка-обсуждение и её подвиды: выставка-диспут, выставка-дискуссия, выставка-полемика представляет актуальные материалы, отражающие различные точки зрения на спорные вопросы общественной жизни. Посетителям предлагается ознакомиться с разными мнениями и выразить свою точку зрения. По итогам выставки зачастую проводятся обсуждения. Один из её вариантов — экспресс-выставка, оперативно организуемая библиотекой после события, имевшего общественный резонанс, будь то спортивная победа или громкое преступление. Выставки, подготовленные при участии читателей. Особенность подобных выставок заключается в том, что читателям предоставляется возможность выбрать тему выставки или экспонаты, которые будут на ней представлены. Можно выделить следующие виды подобных выставок:

- *выставка любимых книг читателя;*
- *выставка-бенефис;*
- *выставка-настроение;*
- *выставка-ситуация;*
- *оформленная читателем выставка;*
- *дополненная читателем выставка.*

Выставка любимых книг может быть создана на основе читательских отзывов. Они, как и выставки-отзывы, могут носить рекомендательный характер. Например, в ходе проведения акции «День читателя», организовать выставки: «Я рекомендую!», «Читатели рекомендуют», «Прочитал — советую вам».

Выставка-бенефис. Такая форма, как бенефис читателя, прочно вошла в практику работы библиотек. К проведению бенефиса целесообразно оформить выставку любимых книг чествуемого читателя или книг, прочитанных им за последнее время. Организация подобной выставки позволит другим читателем лучше узнать о бенефицианте и его литературных пристрастиях, а также послужит дополнительной рекламой предстоящего мероприятия.

Выставка-настроение. Употребляя это понятие, библиотекари-практики чаще всего подразумевают выставку, призванную вызвать у зрителя определённые эмоции, однако при её организации настроение может задавать не библиотекарь, а читатель. Для данной формы выставок читателям-подросткам предлагается самим поставить книги на выставку и дать отзыв на них: «Я читаю эту книгу, когда мне весело...», «Я читаю эту книгу, когда мне грустно...» и т. д.

По форме организации и проведения с ней схожа выставка-ситуация, которая описывается следующим образом — читателям-подросткам предлагается самим поставить книги на выставки: «Эту книгу я возьму с собой на необитаемый остров...», «Эту книгу я возьму с собой в космическое путешествие...», «Эту книгу я возьму с собой в поход...» и т. д.

Организация выставки-настроения и выставки-ситуации вполне возможна и в условиях библиотеки, обслуживающей взрослое население. Выставка, оформленная или дополненная читателями. Читателю можно предложить самому расположить материалы на выставочных стеллажах в соответствии с его представлениями. Возможен вариант, когда читатель определяет экспонируемые на выставке книги и другие материалы, и вариант, когда читатель дополняет выставку принесёнными экспонатами: фотографиями, предметами коллекции, творческими работами и т. д. Последний вариант активно используется библиотеками при организации выставок краеведческой и этнографической тематики.

Выставка-исследование. Данный вид выставки позволяет наглядно представить результаты изучения читательских интересов. Такая выставка может дополняться и обновляться по мере получения новых данных. Практика показывает, что такое оперативное и наглядное представление результатов исследования вызывает интерес у читателей. Например, «Интерактивная книжная выставка “Лучшие книги века». Участникам проведённого исследования было предложено составить свою «золотую полку» литературы XX в. по следующим разделам: «Сказки века», «Писатели века», «Проза века», «Поэзия века», «Жанры века», «Персонажи века». На выставке были представлены произведения, получившие наибольшее количество читательских голосов. В результате в библиотеку пришли новые читатели.

Получают распространение и выставки-«деревья», «листочки» на которых размещают сами читатели. Возможны следующие варианты организации подобных выставок: 1) посетители выставки указывают на «листьях» свои читательские предпочтения, любимых авторов и книги; 2) посетители размещают на выставке «листья» разных цветов, каждый из которых отражает определённое настроение или конкретные литературные предпочтения. В ходе проведения выставки-опроса «Листопад настроений» читатели размещали на импровизированном «дереве» листья трёх цветов, каждый из которых соответствовал определённым читательским пристрастиям.

Побуждать к размышлению, поиску, творчеству, участию — такова задача интерактивной выставки. Эта форма работы помогает продемонстрировать каждому посетителю, что его мнение и участие для библиотеки действительно значимо. Это и способ сделать шаг навстречу читателю, и способ сделать шаг в одном направлении — направлении продуктивного сотворчества.

Сейчас идет смещение интереса в сторону нестандартных форм мероприятий, нестандартных сценариев взаимодействия с пользователем. Но категорически нельзя рассматривать формат проводимых акций в отрыве от задач, которые призвана решать библиотека. Нельзя проводить чисто

развлекательные игры и конкурсы, забывая о своей миссии – продвигать и популяризировать **Книгу и Чтение**

### **Новые формы массовой работы в библиотеке**

Чтобы привлечь и удержать в библиотеке современных читателей, необходимо внедрять в свою деятельность новые формы проведения мероприятий. Предлагаем Вашему вниманию формы массового обслуживания, которые помогут разнообразить работу библиотек.

**Авторитет имени** - встреча с кем-либо.

**Альянс литературно-музыкальный** - (союз, объединение)

**Библио-бар** - форма мероприятия, где предлагаются для прочтения книги самых популярных авторов. В библио-баре можно подойти к понравившейся стойке и выбрать то, что «повкуснее».

**Библиокараван** — цикл выездных мероприятий, выставок, обзоров, объединенных одной темой, и представленных в разных организациях и учреждениях.

**Библиошоу** — библиотечное мероприятие яркое, показное, рассчитанное на шумный внешний эффект.

**Библиотечный бульвар** - мероприятие, проводимое на улице с целью рекламы книги и чтения.

**Библиофреш** - (англ. fresh - свежий) библиографический обзор новинок.

**Бюро литературных новинок** — мероприятие по продвижению новинок литературы среди читательской аудитории, пропаганда лучших литературных имен, в том числе через организацию творческих встреч.

**Вечер-элегия** — музыкальный или лирический вечер, посвященный поэтическим или музыкальным произведениям.

**Витражи** - литературные мероприятия о произведениях декоративного искусства изобразительного или орнаментального характера.

**Гурман-вечер любителей... жанра** — вечер, посвященный определенному жанру литературы, подготовленный с учетом подчеркивания лучших сторон данного жанра.

**Диско-лекция** - устный рассказ, сопровождаемый видеорядом (показ слайдов, фрагментов видеофильмов) и специально подобранной музыкой. Сопровождаемые беседой, диспутом, выставкой, диско-лекции являются удобной формой популяризации книг.

**Завалинка** – посиделки на народные фольклорные темы.

**Завалинка музыкальная** - посиделки на народные фольклорные темы, с музыкальным сопровождением.

**Звездопад поэтический** – мероприятие, посвященное шедеврам поэзии или популярным поэтам, требующее чтения стихов.

**Имидж-коктейль** - встреча с кем-либо.

**Качели дискуссионные** - обсуждение двумя командами какой-либо проблемы, вопроса.

**Книжный дресс-код** - форма массового мероприятия, на котором презентуют именно те книги, которые можно считать обязательной составляющей имиджа современного человека.

**Комильфо-вечер** – (вечер хороших манер), вечер, посвященный этикету.

**Компас литературный** – библиографическая игра на любую тему, посвященная поиску какой-либо информации, как правило, с практическими заданиями.

**ПРО-движение книги** – рекламная компания по продвижению книги к читателю.

**Ток-шоу** - на обсуждение выносятся какой-либо вопрос. Участникам предлагается обсудить несколько жизненных ситуаций, разыгранных актерами. Библиотекарь руководит обсуждением. Цель — нравственное воспитание читателей.

**Феерия** - представление сказочного содержания, отличающееся пышной постановкой и сценическими эффектами. Волшебное, сказочное зрелище.

**Флешбук** - презентация или знакомство с интересными книгами с помощью цитат, иллюстраций, личных переживаний и другой информации о книге.

**Флэшмоб** – в переводе с английского «быстрая толпа», «вспышка» толпы», «мгновенная толпа». Сбор людей с целью проведения одноразовой акции. Это заранее спланированная массовая акция, в которой большая группа людей внезапно появляется в общественном месте, в течение нескольких минут они выполняют заранее оговоренные действия по сценарию и затем одновременно быстро расходятся в разные стороны, как ни в чем не бывало.

**Чародей-вечер** (под Новый год) – новогоднее представление (вечер), используется создание атмосферы чуда, волшебства.

### **Использованные источники информации:**

1. Белогорцева, А. Г. *Новации в деятельности библиотек по продвижению книги и чтения* / А. Г. Белогорцева. – Режим доступа : [http://chaltlib.ru/articles/Library/natsionalnaya\\_programma\\_podderzhki\\_i\\_razvitiya\\_chteniya](http://chaltlib.ru/articles/Library/natsionalnaya_programma_podderzhki_i_razvitiya_chteniya)

2. *Использование технологий для продвижения книги и чтения.* – Режим доступа : <http://biblpoipkro.weebly.com/10481089108710861>

3. *Инновации.* – Режим доступа : [http://страна-читалия.РФ/?f\\_n=46](http://страна-читалия.РФ/?f_n=46)

4. Сычева, Н. *Нерв научной работы. Конкурсный набор источников информации* / Н. Сычева // Библиотека. – 2011. - № 2. С. 41 – 44.



